Die Käuferverbände.

Auszug

aus der

Inaugural-Dissertation

zur

Erlangung der Würde eines Doktors der Staatswissenschaft

einer

Hohen Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät

der

Vereinigten Friedrichs-Universität Halle-Wittenberg

vorgelegt von

Handels- und Gewerbeschuldirektor Studienrat

Ernst Hesse

aus Thalheim.

R. UNIV. BIBLIOTHEEK LEIDEN

Referent: Professor Dr. Wolff.

Thalheim 1922.

Buchdruckerei Carl Märker Nachf. (Alfred Gleißberg).

Die Käuferverbände.

. Einleitung. In der Einleitung wird zunächst von den verschiedenen Richtungen in der National-Ökonomie ausgegangen, von den Vertretern der alten Lehre des **Egoismus als wirtschaftlichen Regulators** —, des Egoismus des Individuums und der Klasse. — Sodann werden die Anschauungen vorgetragen, die die **Ethik als Regulator des Wirtschaftslebens** ansehen, zunächst derjenigen Volkswirte, die für die arbeitende Klasse der Bevölkerung **Staatshilfe** verlangen, weiter jener, welche der **Selbsthilfe** durch freiwillige Organisation der wirtschaftlich Schwachen das Wort reden.

Entsprechend diesen Lehren der National-Ökonomie ist die **Praxis des Wirtschaftslebens** gegangen, so bei der Bildung der **Erwerbs- u. Wirtschaftsgenossenschaften**, der Fürsorge verschiedener **privater Vereine.** Bei diesen Bestrebungen ist aber ein Faktor unberücksichtigt geblieben — der Käufer. Und doch ist die gesamte Produktion und der Handel vom Käufer als Konsumenten abhängig. Der Konsument soll sich in gewissem Grade als Arbeitgeber fühlen; dann hat er auch soziale Pflichten. Diese pflegen **die Käuferverbände.** Sie stehen als feste Organisation des kaufenden Publikums mit rein altruistischen Forderungen den organisierten Arbeitgebern und -nehmern zur Seite; sie wollen da eingreifen, wo Selbsthilfe der genannten beiden Gruppen und Staatshilfe für sie bisher versagten.

I. Entwicklung d. Käuferverbände Im folgenden — geschichtlichen — Teil wird die Entwicklung der Käuferverbände in den einzelnen Ländern behandelt, wie man in den **Vereinigten Staaten** 1891, in Frankreich 1902, in der Schweiz 1906, in Deutschland 1907 (Belgien 1911) zunächst vereinzelt in Ortsverbänden das Verantwortlichkeitsgefühl der Käufer weckte und stärkte, die sich dann zu einem Landesverband vereinigten. — Sodann wird der

II. Aufgabenkreis d. Käuferverbände erörtert, nachdem kurz die Notwendigkeit der sozialen Durchbildung der Käufer besprochen worden ist. — Es werden stets die Verhältnisse dargetan, wie sie der Käuferverband vorgefunden, dann die Stellungnahme desselben,

und dann folgt eine kritische Würdigung, die zu folgendem Aufgabenkreis der Käuferverbände sich verdichtet:

A) Die Käuferverbände versuchen zuerst ihre **Erziehertätigkeit beim Käufer.** Er soll den Kauf nicht nur als egoistischen Akt vornehmen, sondern sich auch dabei
   a) sozial betätigen, indem er zunächst die **rein wirtschaftlichen** Momente im Auge behält: Zahlung aller Rechnungen zur rechten Zeit, Besserung der Arbeits- und Lebensverhältnisse in verschiedenen Modebranchen, bei Barbieren und Friseuren.
   b) Er beachte auch folgende **ethische Forderungen:** Höflichkeit gegen das Personal in den Geschäften, Verbesserung der Lage der Ladenangestellten, der Näherinnen und Modistinnen, vor allem soweit die unregelmäßige Arbeitszeit dieser Personen in Frage kommt, rechtzeitige Erteilung von Aufträgen für Saisonwaren und Vermeidung der zu billigen Einkäufe auf Kosten der Qualität.
   c) Als **hygienische Momente** kommen in Betracht: die Frage der Nachtarbeit in den Bäckereien, die der Sonntagsruhe in Barbier- und Nahrungsmittelgeschäften, bei Post und in Bäckereien, in der Heimarbeit für Spielwaren, Posamenten, Nähereien u. a. Die Käuferverbände wollen das soziale Gefühl aller Käufer wecken, damit durch Beachtung der Forderungen der Gesundheitszustand der Arbeiter gebessert werde.
   d) Auch **nach der ästhetischen Seite** hin sollen die Käufer von den Verbänden erzogen werden, vor allem, was die Qualitätsware anlangt, — beim Schenken von Gegenständen, wobei immer mit Liebe und Hingebung, durch Opfer von Zeit, Kraft und Geld nur gute Artikel ausgewählt werden sollen.

B) a) Die **Erziehungstätigkeit** der Käuferverbände setzt aber auch **bei den selbständigen Kaufleuten und Unternehmern** ein. Zur Hebung der **wirtschaftlichen Lage** sollen überall die Verhältnisse bei den Angestellten im Handel, besonders bei den Filialeleiterinnen gebessert werden. Überall soll dem Trinkgeldunwesen gesteuert werden.
   b) Auch auf wirtschaftlich-**hygienischem Gebiet** haben

sich die Verbände stark betätigt. Man hat dafür gesorgt, daß den Arbeitnehmern bessere Arbeitsstätten, gesunde Beschäftigung, nicht zu lange Arbeitszeit, entsprechende Ruhepausen und Erholungsstunden gewährt werden, daß jugendliche Arbeiter möglichst ausgeschaltet und die Wohn- und Arbeitsräume des Dienstpersonals u. a. nicht ungesund sind u. dergl.

c) Um auf das **moralische Gefühl** der Arbeitgeber bestimmend einzuwirken, waren die Verbände bestrebt, von den Arbeitgebern menschenwürdige Behandlung des Personals, Abschaffung der Trinkgeldunsitte und Hebung der Stellung der Dienstboten zu verlangen. — Als

IV. Erziehungsmittel, mit denen die Verbände auf Käufer und Verkäufer einwirken, kommen in Frage: Zusammenschluß der Mitglieder zu Ortsgruppen u. a., Versammlungen, Vorträge, Ausstellungen und Veröffentlichungen aller Art, Leihbibliotheken, Enqueten, Weiße Listen, „Label", Einfluß auf die Gesetzgebung und Friedenstiftung zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer. — Der nächste Teil spricht von

V. Angriffen u. Vorurteilen gegen die Käuferverbände, zugleich auch von den **Entgegnungen und Widerlegungen.**

VI. Die bisherigen Erfolge der K.-V. in den einzelnen Städten und Ländern sind nicht gering anzuschlagen. Die Zustimmung moderner National-Ökonomen, die Stellungnahme der meisten Unternehmer, der Arbeiter und Angestellten, des gesamten kaufenden Publikums zu den Verbänden beweisen zur Genüge, daß das öffentliche Gewissen geschärft werden kann, daß beim Einkauf nicht nur nach Preis und Brauchbarkeit, sondern auch nach der „sozialen Qualität" — nach guten wirtschaftlichen, ästhetischen, hygienischen und ethischen Voraussetzungen — gefragt wird, auf daß die guten Käufersitten zum Gemeingut weiter Kreise werden. — Ein letzter Abschnitt spricht noch von der

VII. Lehre und den Grundsätzen der Käuferverbände in der National-Ökonomie.

Anhang I enthält Drucksachen der K.-V.,

„ **II** kurze Angaben des **Kriegsausschusses für Konsumenten-Interessen.**